

**ANALISIS PENGARUHEKSPEKTASI PELANGGAN
DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BRI
CABANG KUDUSDENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**
(Studi Pada Nasabah *Mobile Banking*BRI Cabang Kudus)



TESIS

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
menyelesaikan jenjang pendidikan
Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

MEHDI DARMAWAN
NIM. 2015-01-014

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2018**

TESIS

ANALISIS PENGARUH EKSPEKTASI DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BRI CABANG KUDUS DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Pada Nasabah *Mobile Banking* BRI Cabang Kudus)

Oleh :

MEHDI DARMAWAN
NIM. 2015-01-014

telah dipertahankan di depan penguji
pada tanggal 13 Januari 2018
dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui ,
Tim Pembimbing,

Pembimbing Utama



Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIDN. 0618066201

Pembimbing Anggota



Dr. MOKHAMAD ARWANI, SE, MM
NIDN. 0610057804

Mengetahui,
Ketua Program Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus



Dr. Drs.H. JOKO UTOMO, MM
NIDN. 0625076401

HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS

JUDUL : ANALISIS PENGARUH EKSPEKTASI DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BRI CABANG KUDUS DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING(Studi Pada Nasabah Mobile BankingBRI Cabang Kudus)

Nama Mahasiswa : Mehdi Darmawan
NIM : 2015-01-014
Program Studi : Magister Manajemen
Minat : Manajemen Pemasaran

TIM PEMBIMBING :

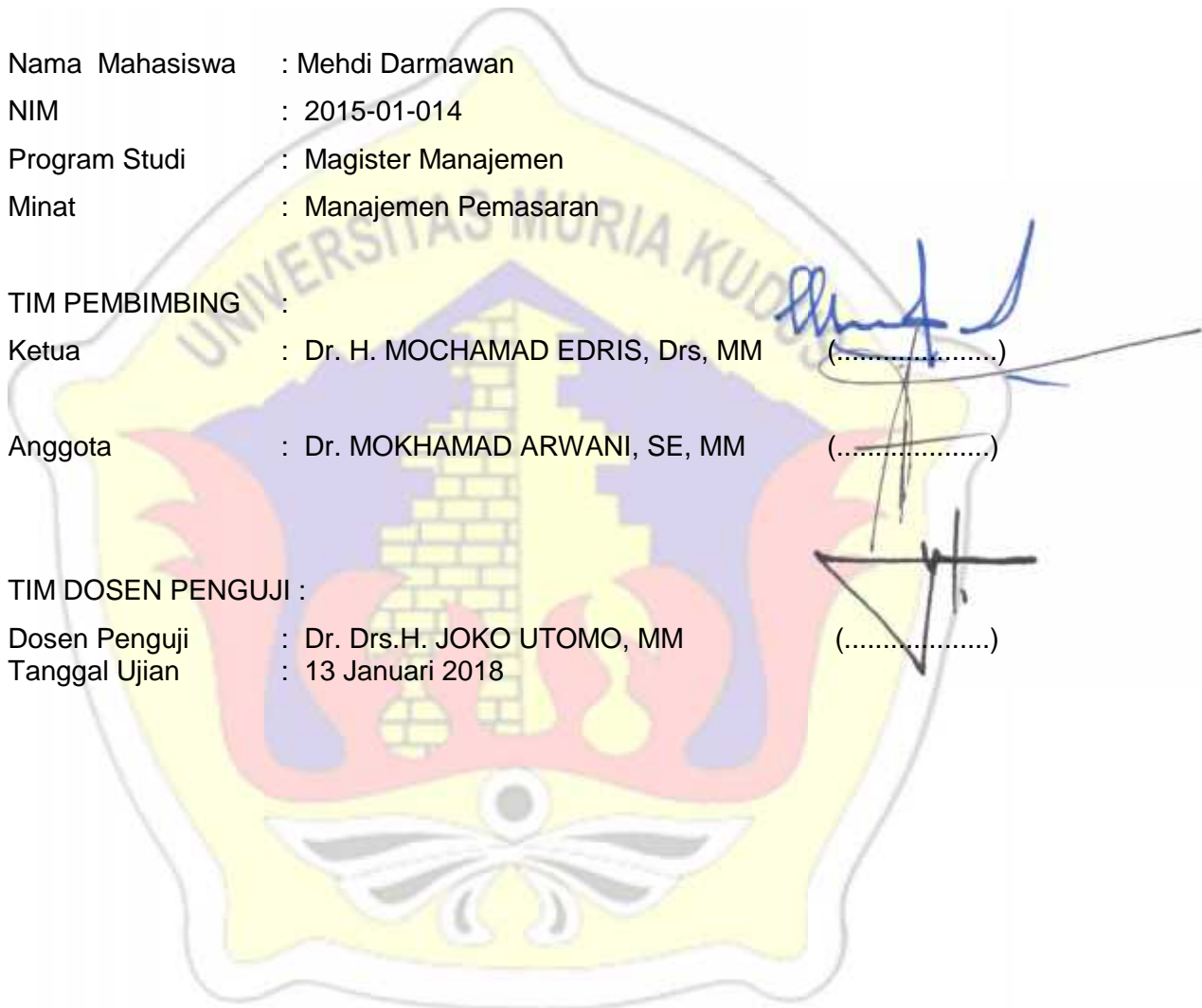
Ketua : Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM (.....)

Anggota : Dr. MOKHAMAD ARWANI, SE, MM (.....)

TIM DOSEN PENGUJI :

Dosen Penguji : Dr. Drs.H. JOKO UTOMO, MM (.....)

Tanggal Ujian : 13 Januari 2018



PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tesis dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH EKSPEKTASI DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN BRI CABANG KUDUS DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi Pada Nasabah *Mobile Banking* BRI Cabang Kudus)

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia gelar MAGISTER MANAJEMEN di cabut, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kudus, 2018

Penulis

MEHDI DARMAWAN

NIM. 2015-01-014

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. H. Suparno, SH, MS, selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan izin menempuh studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dosen Pembimbing Ketua serta Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMK yang telah memberikan kemudahan dan memotivasi dalam menyelesaikan studi.
3. Dr. Drs. Joko Utomo, MM, selaku ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus, serta pembimbing utama yang telah memberikan dorongan dan semangat dalam menyelesaikan studi.
4. Dr. Mokhamad Arwani, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberikan kemudahan dan memotivasi dalam menyelesaikan studi.
5. Paradosendan rekan-rekan penulis di Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bantuan atau ikut berperan dalam memperlancar penelitian dan penulisan tesis ini.
6. Orang-orang yang telah membantu yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu dalam penelitian ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan karuniaNya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan tesis ini.

Kudus, 2018

Penulis

Mehdi Darmawan

2015-01-014

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT atas berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul **ANALISIS PENGARUH EKSPEKTASI DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BRI CABANG KUDUS DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING** (Studi Pada Nasabah *Mobile Banking* BRI Cabang Kudus). Tesis ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi pada Program Magister Manajemen (S-2) di Universitas Muria Kudus.

Sebagai sebuah tesis tentunya tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh karenanya kami harapkan kritik, saran, dan masukan yang membangun. Tidak lupa kami juga sampaikan ucapan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan dukungan sehingga Tesis ini dapat selesai sesuai rencana.

Akhir kata semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca. Dengan segala kekurangannya semoga mampu memberikan sumbangsih kendati kecil untuk diterapkan baik dalam praktek maupun untuk penelitian selanjutnya.

Kudus, 2018

Penulis

MEHDI DARMAWAN

NIM. 2015.01.014

**ANALISIS PENGARUH EKSPEKTASI PELANGGAN DAN KEPUASAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN BRI CABANG KUDUS DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Pada Nasabah *Mobile Banking* BRI Cabang Kudus)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan menganalisis Peran Ekspektasi Pelanggan Dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan BRI Cabang Kudus dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Nasabah *Mobile Banking* BRI Cabang Kudus). Penelitian ini menggunakan metode *confirmatory research*. Data yang dipergunakan diambil dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah nasabah BRI Cabang Kudus yang mempunyai fasilitas *M-banking*. Sampel dalam penelitian 110 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*). Hasil analisis menyimpulkan bahwa (1) ekspektasi pelanggan terhadap kepercayaan dengan membuktikan semakin meningkatnya kepercayaan, hal ini berarti masyarakat semakin percaya dengan apa yang telah digunakan. (2) Kepuasan pelanggan mampu berkontribusi untuk meningkatkan kepercayaan sehingga semakin kuat pelanggan puas maka akan semakin percaya terhadap produk *M-banking* BRI. (3) ekspektasi pelanggan mampu memberikan pengaruh kepada loyalitas pelanggan sehingga semakin baik customer expectation maka akan semakin meningkat loyalitas pelanggan. (4) Kepuasan pelanggan mampu memberikan kontribusi kepada loyalitas pelanggan, sehingga jika pelanggan puas maka akan semakin meningkat loyalitas pelanggan. (5) Kepercayaan pelanggan mampu memberikan pengaruh kepada loyalitas pelanggan, sehingga jika pelanggan percaya maka akan semakin meningkat loyalitas pelanggan. (6) Kepercayaan memiliki peran yang sangat efektif sebagai variabel intervening dalam memperkuat pengaruh Ekspektasi Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *M-Banking* Bank Rakyat Indonesia Tbk. Kabupaten Kudus. (7) Kepercayaan memiliki peran yang sangat efektif sebagai variabel intervening dalam memperkuat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *M-Banking* Bank Rakyat Indonesia Tbk. Kabupaten Kudus

Kata kunci : Ekspektasi Pelanggan, Kepuasan, Kepercayaan, Loyalitas.

**CUSTOMER ROLE EXPECTATION AND SATISFACTION ON CUSTOMER
LOYALTY WITH CONFIDENCE HOLY BRANCH BRI as an intervening variable
(Study On Mobile Banking Customer BRI Branch of Kudus)**

ABSTRACTION

This study aims to analyze the role of Expectation Customer Loyalty And Satisfaction of the Holy Faith BRI branches As an intervening variable (A Study on Customer Mobile Banking BRI Holy Branch) This study uses a confirmatory research. The data used is taken by spreading the questionnaire. The population of this study is BRI customers Kudus Branch which has M-banking. Sampel Facility in pe 110 respondents. The analysis technique used is SEM (Structural Equation Modeling). The results of the analysis concluded that (1) customer expectation of trust by demonstrating increasing confidence, it berbarti people increasingly believe in what has been used. (2) Customer satisfaction is able to contribute to increase trust so that the stronger the satisfied customer will be more trust to the M-banking BRI product. (3) Customer expectation able to give influence to customer loyalty so that the better customer expectation hence will increase customer loyalty. (4) Customer satisfaction is able to contribute to customer loyalty, so if the customer is satisfied it will increase customer loyalty. (5) Customer trust is able to contribute to customer loyalty, so that if a customer believes it will increase customer loyalty. (6) The trust has a role that is very effective as an intervening variable in strengthening the influence Customer expectation on customer loyalty M-Banking Bank Rakyat Indonesia Tbk .Regency of Kudus. (7) The trust has a very effective role as an intervening variable in strengthening the influence of customer satisfaction on customer loyalty M-Banking Bank Rakyat Indonesia Tbk. Regency of Kudus

Keywords: Customer Expectation, Satisfaction, Trust, Loyalty.

DAFTAR ISI

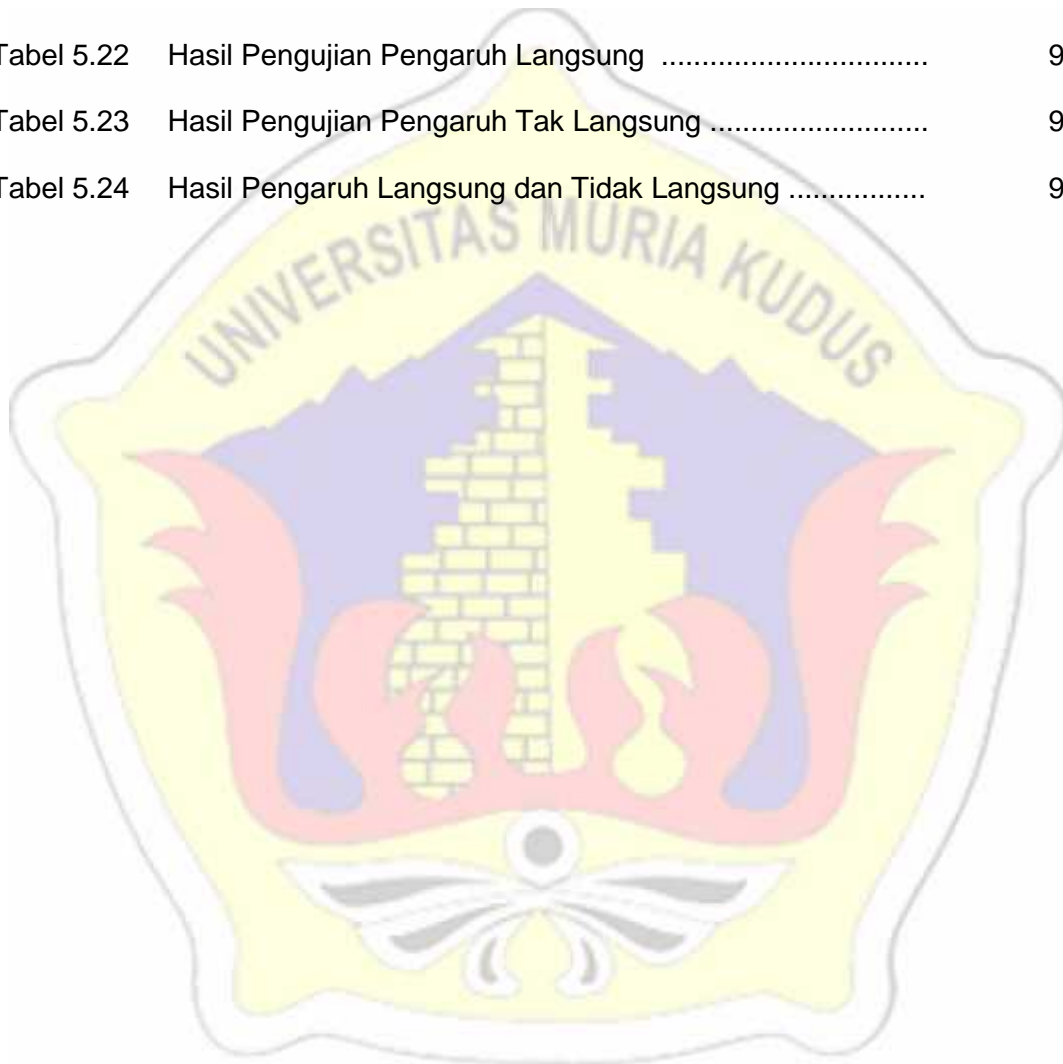
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	ii
HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Kegunaan Penelitian	14
BAB II. TELAAH PUSTAKA	16
2.1. Pemasaran	16
2.1.1. Pengertian Pemasaran	16
2.2. Loyalitas Nasabah	17
2.2.1. Konsep & Model Loyalitas Pelanggan	18
2.2.2. Klasifikasi Loyalitas Pelanggan	18
2.3. Ekspektasi Pelanggan	22
2.3.1. Pengertian Ekspektasi Pelanggan	22
2.3.2. Indikator Ekspekatsi Pelanggan	24
2.4. Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	25

	Halaman
2.4.1. Pengertian Kepercayaan	25
2.4.2. Indikator Kepercayaan	28
2.5. Kepuasan pelanggan	29
2.5.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	29
2.6. Loyalitas Pelanggan	33
2.7. Penelitian Terdahulu	35
BAB. III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN DAN HIPOTESIS	37
3.1. Hubungan Antar Variabel	37
3.2. Kerangka Pemikiran	43
BAB IV. METODE PENELITIAN	44
4.1. Rancangan Penelitian	44
4.2. Variabel Penelitian	44
4.3. Definisi Operasional Variabel	45
4.4. Populasi dan Sampel	46
4.5. Jenis dan Sumber Data	48
4.6. Uji Instrumen	49
4.7. Metode Pengumpulan Data	50
4.8. Metode Analisis Data	51
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	62
5.1. Deskripsi Objek Penelitian	62
5.2. Uji Instrumen	70
5.3. Evaluasi Asumsi-Asumsi SEM	79
5.4. Pembahasan	100
BAB VI. SIMPULAN DAN SARAN	109
6.1 Simpulan.....	109
6.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 4.1. Goodness of fit indices	60
Tabel 5.1. Hasil Pengujian Validitas Variabel Penelitian	70
Tabel 5.2. Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 5.3. Jenis Kelamin	73
Tabel 5.4. Berdasarkan Usia	73
Tabel 5.5. Berdasarkan Pendidikan	74
Tabel 5.6. Deskripsi Variabel <i>Customer Expectation</i>	75
Tabel 5.7. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	76
Tabel 5.8. Deskripsi Variabel Kepercayaan	77
Tabel 5.9. Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	78
Tabel 5.10. Uji Normalitas Data	79
Tabel 5.11. Analisis Outlier.....	81
Tabel 5.12. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Ekspektasi Pelanggan (X_1)	83
Tabel 5.13. <i>Loading Factor</i> Pengukuran Variabel Ekspektasi Pelanggan (X_1)	84
Tabel 5.14. Evaluasi <i>Goodness of Fit Indices Kepuasan</i> (X_1)	86
Tabel 5.15. <i>Loading Factor</i> Pengukuran Variabel Kepuasan (X_2)	87
Tabel 5.16. Evaluasi <i>Goodness of Fit Indices Kepuasan</i> (X_1)	88
Tabel 5.17. <i>Loading Factor</i> Pengukuran Variabel Kepercayaan (Y_1)	89
Tabel 5.18. Evaluasi <i>Goodness of Fit Indices Loyalitas Pelanggan</i> (Y_2)	90

Tabel 5.19. <i>Loading Factor</i> Pengukuran Variabel Loyalitas Pelanggan(Y_2)	91
Tabel 5.20. Hasil Pengujian Kelayakan Model Structural Equation Model (SEM)	93
Tabel 5.21. Hasil Estimasi <i>Direct Effects</i>	94
Tabel 5.22 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung	97
Tabel 5.23 Hasil Pengujian Pengaruh Tak Langsung	97
Tabel 5.24 Hasil Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	99



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran	44
Gambar 4.1. Konstruk Model	53
Gambar 5.1. Struktur Organisasi	64

